



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

PASAR TRADISIONAL, PASAR MODEREN, KONSUMEN MUSLIM

(Studi Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Muslim Haurgeulis
untuk Berbelanja)

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE.I)
pada Jurusan Muamalah
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Oleh:

SITI KHOLIFAH

NIM. 141122110140



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYEKH NURJATI CIREBON**

2015 M /1436 H



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengemukakan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

ABSTRAK

SITI KHOLIFAH: **Pasar Tradisional, Pasar Moderen, Konsumen Muslim** (Studi faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Muslim Haurgeulis untuk Berbelanja)

Pendapatan masyarakat yang beragam, dari masyarakat notaben perekonomiannya kelas menengah kebawah dan menengah keatas. Sehingga memicu beragamnya tingkat konsumsi, dan kebiasaan atau perilaku berbelanja, dan beragamnya keputusan mereka dalam memilih atau menentukan yang akan mereka pilih. Dari hal tersebut pula akan tergambar jelas faktor-faktor konsumen dalam memilih untuk berbelanja yang akan sangat berbeda antara konsumen pada pasar tradisional dan konsumen pada pasar moderen. Sebagai masyarakat muslim Haurgeulis, gemar berbelanja di pasar tradisional dan berbagai toko swalayan atau pasar moderen. Kecenderungan berbelanja sesuai dengan preferensi atau pendapatan masing-masing. Masyarakat muslim Haurgeulis Indramayu telah memilih untuk berbelanja dari kedua pasar tersebut. Masyarakat muslim Haurgeulis lebih memilih untuk berbelanja terhadap pasar tradisional dengan berbagai faktor yang lainnya seperti tempat terjangkau dari tempat tinggalnya, harga relatif murah, terdapat sistem tawar-menawar. Adapun masyarakat muslim Haurgeulis memilih untuk berbelanja di pasar moderen, karena faktor tertentu yaitu manajemen profesional, tempat strategis, pelayanan efektif, produk berkualitas, dan tersedianya mesin pembayaran dalam melakukan transaksi debit ataupun kredit seperti ATM.

Dalam Penelitian ini pada permasalahan apa faktor-faktor masyarakat muslim Haurgeulis dalam memilih untuk berbelanja di pasar tradisional dan pasar moderen. Dan apa dampak dari kecenderungan masyarakat muslim Haurgeulis dalam berbelanja di pasar tradisional dan pasar moderen. Bertujuan untuk memahami faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi masyarakat muslim Haurgeulis dalam berbelanja di pasar tradisional atau toko swalayan dan pasar moderen. Dan bertujuan untuk memahami dampak apa saja dari kecenderungan masyarakat muslim Haurgeulis dalam berbelanja terhadap pasar tradisional dan pasar moderen. Menggunakan metode kualitatif dengan melakukan wawancara, dokumentasi dan pengamatan langsung digunakan untuk memperoleh data yang valid dan reliable. Data dalam studi ini didapatkan melalui wawancara kepada dinas terkait yaitu Dinas Pengelolaan Pasar Tradisional Haurgeulis. Selain itu wawancara juga dilakukan kepada para pelaku pasar tradisional, yaitu para pedagang dan juga konsumen atau pembeli. Peneliti juga menggunakan data sekunder yang berasal dari data dokumentasi yang terdapat pada dinas-dinas terkait dan media masa serta sumber kepustakaan lain seperti buku dan jurnal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak dari kedua pasar tersebut secara signifikan berdampak pada pendapatan dan persaingan antara pasar tradisional dan pasar moderen Haurgeulis yaitu, menurunnya omset atau pendapatan para pedagang di pasar tradisional dengan keberadaan pasar moderen, sistem tawar-menawar yang menunjukkan keakraban antara penjual dan pembeli merupakan keunggulan yang dimiliki oleh pasar tradisional, sehingga pasar moderen kehilangan para pelanggan.

Kata Kunci: *Pasar Tradisional, Pasar Moderen, Konsumen Muslim*



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

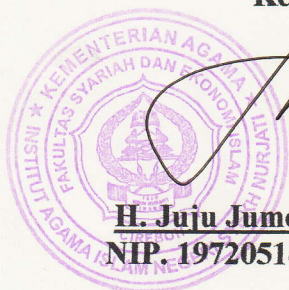
LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini berjudul **“Pasar Tradisional, Pasar Modern, Konsumen Muslim (Studi Faktor-faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Muslim Haurgeulis untuk Berbelanja)”** oleh **Siti Kholifah, NIM. 14112210140** telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Syari’ah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana program strata satu pada Fakultas Syari’ah dan Ekonomi Islam.

Cirebon, 24 Juni 2015

Sidang Munaqasyah

Ketua,



H. Juju Jumena, SH., MH.
NIP. 19720514 200312 1 003

Sekretaris,

Eef Saefulloh, M.Ag
NIP. 197206312 200312 1 003

Anggota

Penguji I,

Ibi Syatibi, M.Si
NIP. 19770910 200901 1 011

Penguji II,

Nursyamsudin, MA
NIP. 19710816 200312 1 002



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
NOTA DINAS.....	iv
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
MOTTO	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Penelitian Terdahulu.....	7
F. Kerangka Pemikiran.....	9
G. Metodologi Penelitian	11
H. Sistematika Penulisan	16

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pasar Tradisional	18
1. Pengertian Pasar Secara Umum	18
2. Pengertian Pasar Tradisional	20
3. Fungsi Pasar Tradisional	22
B. Pasar Moderen	26
1. Pengertian Pasar Moderen.....	26
2. Keunggulan Pasar Moderen.....	27
C. Sifat Persaingan dalam Pasar Tradisional dan Pasar Moderen	29
1. Pasar Tradisional	29
2. Pasar Moderen	29
D. Perilaku Konsumen.....	31
1. Pengertian Perilaku Konsumen	31
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	33
3. Model-model Perilaku Konsumen	35
4. Sikap dan Kepuasan Konsumen	37
5. Perilaku Konsumen Muslim.....	39
6. Etika Konsumsi dalam Islam	40



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

BAB III GAMBARAN UMUM PASAR TRADISIONAL PASAR MODEREN, KONSUMEN HAURGEULIS INDRAMAYU

A. Gambaran Umum Desa Haurgeulis Indramayu	42
1. Sejarah Desa Haurgeulis Indramayu	42
2. Letak Georafis	43
3. Jumlah Perangkat Desa/Kelurahan	44
4. Pembinaan RT/RW Haurgeulis Indramayu.....	44
5. Kepadatan Penduduk	44
B. Sejarah Pasar Tradisional Haurgeulis Indramayu	45
1. Berdirinya Pasar Tradisional Haurgeulis Indramayu.....	45
2. Diskripsi Jabatan	47
3. Aktifitas Pedagang Pasar Tradisional Haurgeulis Indramayu.....	48
4. Tata Letak Pasar Tradisional Haurgeulis Indramayu.....	48
5. Jumlah Kios Pasar Tradisional Haurgeulis Indramayu.....	49
C. Faktor-faktor Masyarakat Muslim Haurgeulis Berbelanja di Pasar Tradisional	49
1. Pandangan Masyarakat Umum Haurgeulis Terhadap Pasar Tradisional.....	49
2. Pandangan Masyarakat Umum Haurgeulis Terhadap Pasar Modern.....	51
D. Etika dan Perilaku Konsumen Muslim	55
1. Pandangan Etika Perilaku Konsumen Muslim Haurgeulis	55
2. Pandangan Ekonomi Islam.....	55

BAB IV DAMPAK KECENDERUNGAN MASYARAKAT MUSLIM HAURGEULIS BERBELANJA DI PASAR TRADISIONAL DAN PASAR MODEREN

A. Berkembangnya Pasar Modern Berdampak Pada Pasar Tradisional Haurgeulis Indramayu	59
B. Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Pedagang Kaki Lima.....	62
C. Dampak Kecenderungan Masyarakat Muslim Haurgeulis Berbelanja di Pasar Tradisional dan Terhadap Pasar Modern	63

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	65
B. Saran.....	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pasar merupakan lembaga ekonomi di mana para pembeli dan para penjual baik secara langsung maupun tidak langsung dapat melakukan transaksi perdagangan barang dan jasa.¹ Dengan kata lain, mekanisme pasar adalah terjadinya interaksi antara permintaan dan penawaran yang akan menentukan tingkat harga tertentu. Dalam konsep Islam pertemuan permintaan dengan penawaran tersebut haruslah secara rela sama rela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tersebut.² Adapun konsep mekanisme pasar dalam Islam dibangun atas prinsip Islam.³

- a. *Ar-Ridhâ*, yakni segala transaksi yang dilakukan haruslah atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak (*freedom contract*). Hal ini sesuai dengan Q.S. An-Nisâ, ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ
إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ
اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu

¹ Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro* (Yogyakarta:Graha Ilmu,2008), 105.

² Adiwarmar A.Karim, *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta:Rajawali Pres,2011), 152.

³ Djohar Arifin, Abdul Aziz, *Etika Bisnis Islam* (Yogyaarta:CV Budi Utama, 2013), 202.

*membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*⁴

Ayat di atas menekankan juga mengindahkan peraturan-peraturan yang diterapkan dan tidak melakukan apa yang diistilahkan oleh ayat yang di atas dengan kata *al-bâtilun*, yakni pelanggaran terhadap ketentuan agama persyaratan yang disepakati. Dalam konteks ini, Nabi saw bersabda “Kaum muslimin sesuai dengan (harus menepati) syarat-syarat yang mereka sepakati, selama tidak menghalalkan yang haram atau tidak mengharamkan yang halal”⁵.

- b. Persaingan sehat (*fair competition*), mekanisme pasar akan terhambat bekerja jika terjadi penimbunan (*iktikar*) atau monopoli.
- c. Kejujuran (*Honesty*), kejujuran merupakan pilar yang sangat penting dalam Islam, karena kejujuran adalah nama lain dari kebenaran, dan Islam sendiri melarang tegas kebohongan atau penipuan dalam bentuk apapun.
- d. Keterbukaan (*transparency*) serta keadilan (*justice*), dalam prinsip ini adalah transaksi yang dilakukan dituntut untuk berlaku benar dalam pengungkapan kehendak dan keadaan yang sesungguhnya.

Suatu perusahaan dapat mencoba untuk merangsang konsumen agar mereka meningkatkan pembelinya. Secara lebih mendasar, perusahaan dapat mempertimbangkan kesempatan-kesempatan untuk meningkatkan konsumsi yang ada, yang merupakan dasar dari tingkat pembelian yang dihadapi.⁶ Dalam berbelanja, masyarakat dianggap bersikap rasional sehingga faktor biaya dan manfaat menjadi pertimbangan utama. Masyarakat akan menghindari biaya termasuk risiko sebaliknya akan mengupayakan manfaat termasuk kepuasan dalam berbelanja.

⁴ An-Nisa, 29. Larangan membunuh diri sendiri mencakup juga larangan membunuh orang lain, sebab membunuh orang lain berarti membunuh diri sendiri, karena umat merupakan suatu kesatuan.

⁵ M Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah* (Jakarta: Lentera Hati, 2002), 413.

⁶ Danang Sunyoto, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Center Of Academic Publishing Servis, 2013), 57.



Pasar moderen adalah pasar yang umumnya berlokasi di kawasan perkotaan dan dikelola dengan manajemen moderen dan profesional, yang berfungsi sebagai penyedia barang atau jasa dengan mutu dan pelayanan yang prima kepada konsumen yang umumnya tergolong kelas menengah ke atas.⁷

Pasar moderen terdiri atas pusat perbelanjaan (*shopping centre*) dan toko moderen (*moderm sotre*). Pusat perbelanjaan berupa *mall*, *plaza*, *square*, dan pusat perdagangan (*trade-centre*). Toko moderen dapat berbentuk supermarket, hypermarket, minimarket, department store, perkulaan atau glosir, dan *speciality store*.

Sedangkan pasar tradisional merupakan suatu pasar di mana pertemuan antara penjual dan pembeli, dari sistem atau ciri khas pasar tradisional sendiri yaitu adanya sistem tawar-menawar, tempat atau tata letak suatu barang yang diperjualbelikan masih semraut atau tidak beraturan, mengakibatkan para pembeli kesusahan dalam memilih barang yang dibelinya. Dengan demikian, masyarakat tersebut tergolong dari kalangan kelas menengah ke bawah.

Kecamatan Haurgeulis, Kabupaten Indramayu merupakan wilayah yang sebagian besar di area persawahan. Area pesawahan terletak di Desa Sumbermulya, Cipancuh dan Kertanegara, dimana sebelah barat dari ketiga desa tersebut adalah hamparan sawah yang membentang hingga ke wilayah perbatasan Kabupaten Subang, salah satu jalan utama yang tampak lengang di Haurgeulis. Kecamatan Haurgeulis juga merupakan salah satu kecamatan yang memiliki karakteristik atau kultur masyarakat yang heterogen. Letak geografisnya yang strategis membawa pengaruh pada pola hidup keseharian masyarakatnya. Suku Jawa masih golongan yang dominan di Haurgeulis, diikuti Sunda, Cina, Minang dan Arab. Sebagian besar dari orang-orang Cina, Arab dan Minang adalah orang-orang pendatang dan perantau yang membuka usaha di Haurgeulis.

Adapun desa di Kecamatan Haurgeulis berjumlah 10 desa, terdiri dari 91 RW. Sedangkan jumlah rumah tangga sebanyak 23.634 rumah

⁷ R. Serfianto D. Purnomo, dkk, *Sukses Bisnis Ritel Modern* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2013.13.



tangga, tersebar di 250 RT. Desa Sukajati merupakan desa terpadat dengan kepadatan penduduk 7.707 jiwa. Desa Sidadadi merupakan desa dengan tingkat kepadatan penduduk terendah, yaitu sebesar 526 jiwa/km². Mata pencaharian masyarakat Haurgeulis sebagian besar adalah berniaga (berdagang) dan bertani, diikuti sebagai karyawan pertokoan dan instansi serta wiraswasta. Intensitas perdagangan di Haurgeulis merupakan salah satu yang terbesar di Kabupaten Indramayu dan Jatibarang.

Di Haurgeulis sendiri, terdapat beberapa toko swalayan atau pasar moderen. Data yang kami dapat yaitu:

Tabel 1.1
Jumlah Pasar Moderen atau Toko Swalayan Haurgeulis
Indramayu

No	Toko Swalayan	Lokasi	Alamat
1	Alfa Mart	Desa. Sumber Mulya	Jl. Raya Haurgeulis Patrol
2	Griya Mart	Desa. Mekar Jati	Jl. Raya Haurgeulis Patrol
3	Alfa Mart	Desa. Mekar Jati	Jl. Raya Haurgeulis Patrol
4 D	Sri Rezeki	Desa. Cipancuh	Jl. Raya Haurgeulis Patrol
5	Indo Mart	Desa. Hargeulis	Jl. Ahmad Yani
6	Alfa Mart	Desa. Sukajati	Blok. Sukajati
7	Alfa Mart	Desa. Hargeulis	Jl. Siliwangi
8	Indo Mart	Desa. Haurgeulis	Jl. Siliwangi

a pendahuluan yang diperoleh, sebagai masyarakat muslim Haurgeulis, gemar berbelanja di berbagai toko swalayan atau pasar moderen. Kecenderungan berbelanja sesuai dengan preferensi atau pendapatan





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

mereka. Masyarakat Haurgeulis pun menganut berbagai agama, yaitu Islam, non Islam. Dari keanekaragaman masyarakat muslim Haurgeulis ini, sebagian masyarakat muslim Haurgeulis dari kelas menengah kebawah cenderung untuk memilih berbelanja di pasar tradisional, karena dari segi harga sendiri terdapat sistem tawar-menawar, dari segi barang-barang yang dibelinya seperti pakaian, seragam sekolah, mudah didapatkan di pasar tradisional. Adapun sebagian masyarakat muslim Haurgeulis dari kalangan menengah keatas cenderung memilih untuk berbelanja di pasar moderen, karena dari segi tempat strategis, pelayanan efektif dan produk terjamin. Pendapatan masyarakat yang beragam dari masyarakat notaben perekonomiannya kelas menengah kebawah dan menengah keatas. Sehingga memicu beragamnya tingkat konsumsi, dan kebiasaan atau perilaku berbelanja, dan beragamnya keputusan mereka dalam memilih atau menentukan yang akan mereka pilih. Dari hal tersebut pula akan tergambar jelas faktor-faktor konsumen dalam memilih untuk berbelanja yang akan sangat berbeda antara konsumen pada pasar tradisional dan konsumen pada pasar moderen. Dengan latar belakang inilah peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan yang ada dalam masyarakat muslim Haurgeulis, dengan judul “Pasar Tradisional, Pasar Moderen, Konsumen Muslim (Studi Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Muslim Haurgeulis untuk berbelanja)”.

B. Rumusan Masalah

1. Identifikasi Kajian

a. Wilayah Kajian

Kajian masalah dalam penelitian ini adalah Penelitian mengenai ekonomi pasar syariah, dalam dinamika pasar tradisional dan pasar moderen, pengaruh terhadap perilaku konsumen muslim Haurgeulis Indramayu untuk berbelanja.

b. Pendekatan Penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

c. Jenis Masalah

Jenis masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah persaingan antara pasar tradisional dengan pasar moderen terhadap perilaku konsumen muslim Haurgeulis untuk berbelanja.

2. Pembatasan Penelitian

Untuk menghindari meluasnya yang dibahas, pembatasan masalah dalam penelitian ini hanya sampai pada seberapa besar masyarakat muslim Haurgeulis untuk berbelanja terhadap pasar moderen atau toko swalayan dan pasar tradisional.

3. Pertanyaan Penelitian

- a. Apa faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat muslim Haurgeulis untuk berbelanja di pasar tradisional atau toko swalayan dan pasar moderen?
- b. Apa dampak dari kecenderungan masyarakat muslim Haurgeulis dalam berbelanja di pasar tradisional dan pasar moderen?

C. Tujuan Penelitian

1. Bertujuan untuk memahami faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi masyarakat muslim Haurgeulis dalam berbelanja di pasar tradisional atau toko swalayan dan pasar moderen
2. Bertujuan untuk memahami dampak apa saja dari kecenderungan masyarakat muslim Haurgeulis dalam berbelanja terhadap pasar tradisional dan pasar moderen.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah bahan kajian bagi akademis untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan



mengenai masyarakat muslim Haurgeulis kecenderungan untuk berbelanja terhadap pasar moderen atau toko swalayan dan pasar tradisional, dan sebagai bentuk *literature* tentang pasar moderen dan pasar tradisional.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan masukan bagi para pihak yang berkepentingan terutama masyarakat muslim luas tentang pasar moderen atau toko swalayan dan pasar tradisional.

E. Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini akan dicantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu oleh beberapa peneliti yang pernah penulis baca diantaranya:

Penelitian yang dilakukan oleh Camelia Hanifah, dengan judul “Hubungan Antara Kepuasan dan Kualitas Pelayanan Konsumen dengan Loyalitas Konsumen pada Ritel Moderen”. Dalam penelitian tersebut Camelia Hanifah menyimpulkan, bahwa persaingan antara ritel moderen dengan pasar tradisional menuntut adanya usaha untuk mempertahankan loyalitas konsumen sehingga para pedagang tersebut tidak kehilangan konsumen.⁸

Sari Wahyu Aramico Mahasiswa UIN Jakarta, dengan judul Dampak Pasar Ritel Moderen terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional pada Tahun 2011 di Kota Tangerang Selatan. Sari Wahyu Aramico menyimpulkan bahwa, dari jumlah supermarket dan rata-rata omset pedagang pasar tradisional memiliki hubungan pengaruh terbalik, dimana peningkatan jumlah supermarket dari tahun 2005-2010 telah menyebabkan menurunnya jumlah omset rata-rata pedagang pasar tradisional.⁹

⁸Camelia Hanifah, *Hubungan Antara Kepuasan dan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Konsumen pada Ritel Modern* (Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2010).

⁹ Sari Wahyu Aramico, *Dampak Pasar Ritel Modern Terhadap Pasar Dan Pedagang Ritel Tradisional pada Tahun 2011 Di Kota Tangerang Selatan* (UIN Jakarta, 2011).



Euis Solehah mahasiswi Stikubank Semarang, dengan judul Analisis Industri Ritel di Indoonesia. Euis Solehah menyimpulkan bahwa pertumbuhan industri ritel moderen di Indonesia sangat cepat pertumbuhannya, pada dasarnya memanfaatkan pola belanja masyarakat terutama masyarakat kalangan menengah keatas. Selain itu Euis Solehah dalam isi skripsi adanya lima kekuatan dalam pertumbuhan ritel moderen, untuk lima kekuatan yaitu, tawar-menawar, daya tarik pemasok, pendatang baru, subtransi produk baru, dan persaingan antara perusahaan.¹⁰

Dari buku Sukses Ritel Bisnis Modern, oleh R. Serfianto D. Purnomo, Cita Yustisia Serfiyani, Iswi Haryani. Bahwasanya perkembangan bisnis ritel moderen yang pesat adalah fenomena yang wajar jika dikaitkan dengan perkembangan zaman serta meningkatnya jumlah kelas menengah di Tanah Air. Pertumbuhan bisnis ritel moderen jika dikelola dengan baik dapat mendatangkan banyak manfaat bagi Negara dan masyarakat dalam bentuk pemasukan pajak bagi pemerintah pusat dan daerah, menambah lapangan kerja, meningkatkan investasi, menggerakkan sektor usaha riil dan pariwisata, meningkatkan konsumsi dalam Negeri, meningkatkan kemitraan usaha dengan UMKM, dan lain-lain.

Perkembangan pasar moderen atau ritel moderen sesungguhnya dapat mempercepat kemajuan perekonomian bangsa, asalkan tidak sampai mematikan pasar tradisional. Untuk itulah pemerintah membuat sejumlah regulasi yang salah satunya mengatur tentang jarak antara pasar moderen dan pasar tradisional. Namun sayang banyak aturan main yang dilanggar sehingga muncul persaingan yang tidak sehat antara pasar moderen dengan pasar tradisional. Bahkan persaingan yang tidak sehat juga terjadi di antara para pengelola pasar moderen.¹¹

Nahdliyyul Izza mahasiswi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, dengan judul Pengaruh Pasar Modern terhadap Pedagang Pasar Tradisional (studi Pengaruh Ambarukmo Plaza Terhadap

¹⁰ Euis Solihah, *Analisis Industri Ritel Di Indonesia* (Stikubank Semarang, 2008).

¹¹ Serfianto D. Purnomo, dkk, *Sukses Bisnis Ritel Modern* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2013).



Perekonomian Caturtunggal Nologaten Depok Sleman Yogyakarta), Nahdliyyul Izza menyimpulkan bahwa adanya pasar moderen membawa pengaruh bervariasi baik positif, negative, maupun tidak keduanya, dan tidak hanya itu pasar moderen mendominasi para konsumen dalam pembelian produk dan pelayanan, serta infrastruktur yang baik, walaupun begitu dengan pasar tradisional tetap bisa bertahan dengan beberapa faktor atau cara yaitu karakter (tawar menawar).

Pasar tradisional wajib ada untuk menyerap produksi kahal atau praktis, revitalisasi pasar tradisional dan penambahan jumlah dan ragam komoditas para pedagang.¹²

Dari penelitian-penelitian tersebut, menjelaskan berbagai masalah dalam dinamika pasar tradisional dan pasar moderen. Namun diantara penelitian tersebut belum ada yang menjelaskan secara lebih spesifik mengenai kecenderungan masyarakat dalam berbelanja terhadap dua pasar yaitu pasar tradisional dan pasar moderen. Hal ini dikarenakan masalah tersebut termasuk masalah baru, sehingga masih sedikit sekali yang mengangkatnya menjadi tema dari sebuah karya ilmiah. Oleh karena itu penulis meneliti mengenai **Pasar Tradisional, Pasar Moderen, Konsumen Muslim (Studi Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Muslim Haurgeulis Indramayu untuk Berbelanja)**, dan untuk pembeda dari peneliti-peneliti sebelumnya, peneliti tertarik untuk lebih lanjut mengenai kecenderungan masyarakat untuk berbelanja terhadap kedua pasar tersebut.

F. Kerangka Pemikiran

Kehadiran industri ritel moderen pada dasarnya memanfaatkan pola belanja masyarakat muslim Haurgeulis terutama kelas menengah ke atas yang tidak mau berdesak-desakan di dalam pasar tradisional yang biasanya becek atau tidak tertata rapi. Walaupun kehadiran ritel moderen ini disoroti dapat mematikan pasar tradisional karena mempunyai keunggulan pada

¹²Nahdliyyul Izza, *Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pedagang Pasar Tradisional (Studi Pengaruh Ambarukmo Plaza Terhadap Perekonomian Caturtunggal Nologaten Depok Sleman Yogyakarta)*, (UIN Sunan Kalijada Yogyakarta, 2010).



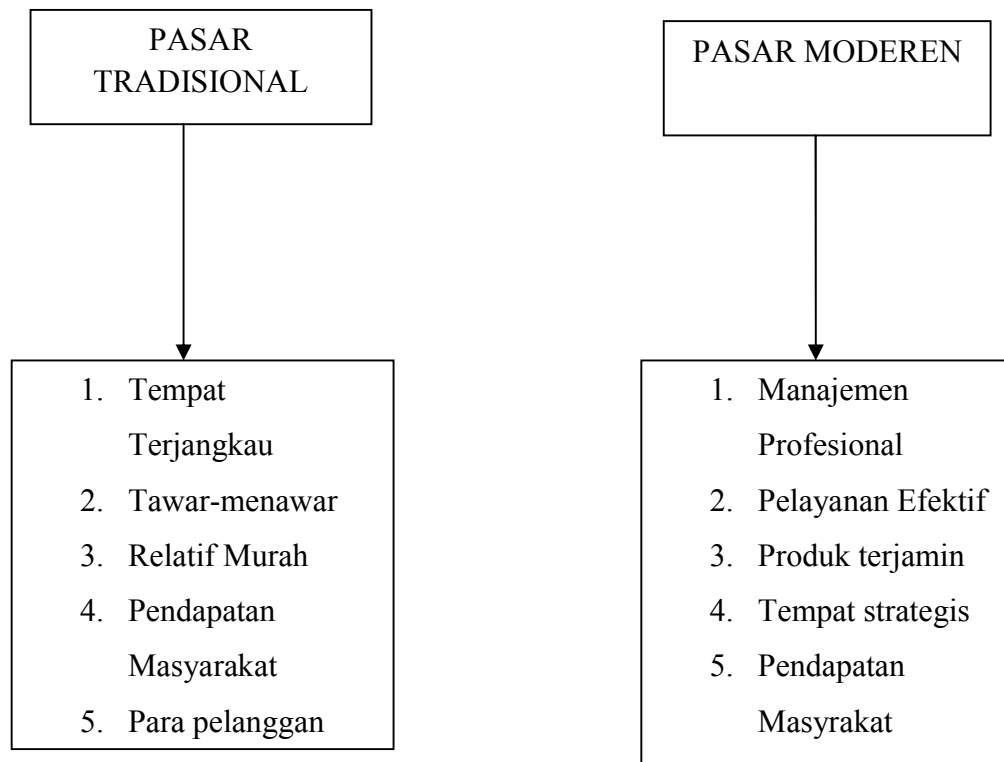
banyak faktor, perkembangannya sendiri dapat dikatakan tidak terbendung. Dalam pasar moderen sendiri bahwa apabila diamati lebih lanjut maka persaingan bisnis ritel atau eceran itu makin tidak sehat. Namun demikian, pasar tradisional juga masih di gemari oleh masyarakat muslim Haurgeulis dari kalangan kelas menengah kebawah, karena dari sistem harga masih terdapat sistem tawar-menawar, terjangkauunya dari tempat pemukiman, harga relatif murah sehingga mereka lebih memilih untuk berbelanja di pasar tradisional.

Masyarakat muslim Haurgeulis Indramayu sendiri telah mengalami masalah tersebut, yaitu masyarakat muslim Haurgeulis sekitar, terutama masyarakat muslim Haurgeulis kelas menengah ke atas lebih cenderung memilih untuk berbelanja di pasar moderen atau toko swalayan, karena banyaknya berbagai faktor yang dialami. Oleh karena itu pedagang di pasar tradisional sendiri telah mengalami masalah-masalah yang dihadapinya atau mengancam para pedagang tradisional. Faktor utama yang dialami masyarakat muslim Haurgeulis sendiri yaitu, masyarakat muslim sekitar lebih memilih untuk berbelanja di pasar moderen dan tradisional sesuai dengan prefrensi dan pendapatan masing-masing.

Pada pasar moderen lebih efektif dalam pelayanannya, dibandingkan dengan pelayanan pasar tradisional, adapun dalam segi produk atau harga yang ada di pasar moderen sendiri lebih terjamin dan memuaskan, maksud dari memuaskan disini yaitu, para konsumen yang berbelanja di pasar moderen lebih memilih secara langsung sesuai apa yang diinginkan. Sedangkan pada pasar tradisional dalam harga dan produk yang akan dibeli, harus melakukan tawar-menawar terlebih dahulu untuk mendapatkan harga yang lebih murah atau sesuai yang diinginkan antara penjual dan pembeli secara langsung.

Dalam segi tempat sendiri di pasar moderen lebih sejuk dan bersih, tidak berdesak-desak untuk menunggu antrian dalam pembayaran, sedangkan dalam pasar tradisional tempat yang dikunjungi oleh para pembeli kotor, dan harus berdesak-desakan dalam antrian pembayaran.





Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

G. Metodologi Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kunci yang harus diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan.¹³

1. Tempat dan waktu

- Penelitian ini mengenai tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat muslim Haurgeulis Indramayu untuk berbelanja.
- Dilaksanakan pada Pasar Tradisional Haurgeulis Indramayu dan Pasar moderen atau toko swalayan.

¹³Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: CV Alfabeta, 2001), 2.





c. Kegiatan penelitian ini dimulai sejak disahkannya proposal penelitian serta surat izin penelitian, yaitu pada tanggal 03 bulan Desember 2014 s/d Juni 2015.

d. Objek Penelitian

Objek penelitian dapat dinyatakan sebagai situasi sosial penelitian yang ingin diketahui apa yang terjadi di dalamnya. Pada objek penelitian ini, peneliti dapat mengamati secara mendalam aktivitas (*activity*) orang-orang yang ada pada tempat (*place*) tertentu.¹⁴ Objek penelitian ini adalah masyarakat muslim Haurgeulis Indaramayu dalam minat berbelanja terhadap kedua pasar yang ada di Desa Haurgeulis Indaramayu, yaitu pasar tradisional dan pasar moderen atau toko swalayan.

e. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan sumber data yang dimintai informasinya sesuai dengan masalah penelitian. Adapun yang dimaksud sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh. Untuk mendapat data yang tepat maka perlu ditentukan informan yang memiliki kompetensi dan sesuai dengan kebutuhan data (*purposive*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor minat masyarakat muslim Haurgeulis Indaramayu untuk berbelanja terhadap pasar tradisional dan pasar moderen.

2. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif analitik merupakan penelitian yang bersifat deskriptif, dan data yang diperoleh hasil wawancara, hasil pengamatan, hasil pemotretan, analisis dokumen, catatan lapangan, disusun peneliti di lokasi penelitian, tidak dituangkan dalam bentuk dan angka-angka. Menurut Kirk dan Miller, penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung

¹⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Bisni....*, 215.

pada pengamatan terhadap manusia dalam kawasannya sendiri sehingga dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan peristiwa.¹⁵

3. Data dan Sumber Data

Data adalah bahan mentah yang perlu sehingga menghasilkan informasi atau keterangan yang baik.¹⁶ Data yang digunakan dalam penelitian di sini yakni keterangan-keterangan hasil dari wawancara mendalam serta pengamatan yang dilakukan baik dari masyarakat, mendalam serta pengamatan yang dilakukan baik dari masyarakat muslim maupun pasar moderen atau toko swalayan dan pasar tradisional.

a. Sumber Data Primer

Data primer merupakan informasi yang dikumpulkan terutama untuk tujuan investigasi yang sedang dilakukan.¹⁷ Adapun yang diajukan sumber data primer dalam penelitian adalah kecenderungan masyarakat muslim Haurgeulis untuk berbelanja di pasar moderen atau toko swalayan dan pasar tradisional.

b. Sumber Data sekunder

Data sekunder yaitu sumber data yang diperoleh dari buku-buku dan sumber-sumber data lainnya yang ada hubungannya dengan pembahasan judul penelitian ini, sebagai bahan rujukan atau bahan acuan.

c. Sumber data Informan

Peneliti melakukan wawancara dengan sumber terpercaya yang menangani dalam pasar, yaitu:

- 1) Kepala Desa Haurgeulis Indramayu
- 2) Bagaian pembinaan Pedagang Kaki Lima Haurgeulis Indramayu.
- 3) Ketua pasar tradisional Haurgeulis Indramayu

¹⁵ Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2007), 92.

¹⁶ Victorius, Aries Sisanto, *Strategi dan Langkah-langkah Penelitian* (Pekalongan: Graha Ilmu, 2011), 54.

¹⁷ R. Soedijono., *Metode Riset Bisnis* (Jakarta: Univesitas Gunadarma, 2008), 78.



- 4) Masyarakat Haurgeulis Indramayu.
- 5) Pedagang sayuran
- 6) Pedagang buah-buahan.
- 7) Pedagang pakaian

4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini yang dilakukan merupakan penelitian lapangan, oleh karena itu teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara sebagai berikut :

1) Observasi (pengamatan)

Observasi adalah diarahkan pada kegiatan memperhatikan secara akurat, mencatat fenomena yang muncul, dan mempertimbangkan hubungan antar aspek dalam fenomena tersebut.¹⁸ Dengan demikian, penulis melakukan observasi langsung kelapangan dan pengamatan.

2) Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data melalui proses dialog pewawancara dengan responden.¹⁹ Metode wawancara (*interview*) adalah bertanya secara lisan kepada informan untuk mendapatkan jawaban atau keterangan, dalam hal ini pertanyaan secara lisan yang diajukan oleh seseorang kepada orang lain dengan tujuan agar orang lain mau memberikan jawaban atau keterangan atau pertanyaan tersebut.²⁰ Dengan demikian, untuk memperoleh data yang akurat tentang objek dan sasaran penelitian, maka penulis melakukan wawancara dengan informan yang ditentukan, yakni masyarakat muslim Haurgeulis kecenderungan untuk berbelanja pada pasar moderen atau toko swalayan dan pasar tradisional.

3) Dokumentasi

¹⁸ <http://mastarmudi.blogspot.com/2010/07/pengertian-observasi.html> (di unduh pada tanggal 09-september2014, Pkl:9:35 WIB).

¹⁹ Suhersimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Ilmiah suatu Pendekatan Praktis* (Jakarta: PT Bina Aksara,1985), 128.

²⁰ Dudung Abdurahman, *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Kurnia Alam Semesta, 2003), 58.



Dokumentasi merupakan catatan-catatan peristiwa yang sudah berlaku. Dokumen ini berupa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.²¹ Adapun dokumentasi yang digunakan dalam penelitian disini yakni catatan-catatan kecil dan gambar yang ditemukan penelitian di lapangan.

d. Triangulasi

Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data.²² Dalam penelitian kualitatif, triangulasi ini merujuk pada pengumpulan informasi (data) sebanyak mungkin dari berbagai sumber (manusia, latar, dan kejadian) melalui berbagai metode. Triangulasi ini menguntungkan peneliti dalam 2 hal yaitu :

1. Mengurangi resiko terbatasnya kesimpulan pada metode dan sumber tertentu.
2. Meningkatkan validitas kesimpulan sehingga lebih merambah pada ranah yang lebih luas.²³

Oleh karena itu, dengan menggunakan teknik triangulasi dalam pengumpulan data akan memperoleh data yang lebih konsisten, tuntas, dan pasti.

5. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memberikan deskripsi mengenai objek penelitian

²¹ Sugiono, 329.

²² Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 423.

²³ A. Chaedar Alwasilah, *Pokoknya Kualitatif* (Jakarta: Pustaka Jaya, 2008), 150



berdasarkan data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara. Penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif yaitu data yang dikumpulkan umumnya berbentuk kata-kata, gambar dan kebanyakan bukan angka-angka, walaupun seandainya terdapat angka-angka itu hanya sebagai penunjang. Data yang dimaksud meliputi wawancara, catatan data lapangan, foto-foto, dokumen pribadi, nota dan catatan lainnya.²⁴

H. Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui dan mempermudah pembahasan serta memperoleh gambar dari keseluruhan, maka dijelaskan sistematika penulisan skripsi ini sebagai berikut:

Pada Bab I Pendahuluan, diuraikan secara garis besar permasalahan penelitian yang meliputi Latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, metodologi, kerangka pemikiran dan sistematika penulisan.

Pada Bab II Landasan Teori, dalam bab ini menjelaskan tentang pasar tradisional, ciri-ciri pasar tradisional, karakteristik pasar tradisional. Dan menjelaskan mengenai pasar moderen, keunggulan pasar moderen. Dalam pasar sendiri tidak adanya pasar syari'ah, namun ditinjau dari perilaku konsumen dan produsennya sendiri. Dijelaskan pula mengenai perilaku konsumen, pengertian perilaku konsumen, bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, dan sikap kepuasan konsumen. Adapun perilaku konsumen muslim dan dalam Islam pun adanya peraturan atau etika dalam konsumsi Islam.

Pada Bab III Gambaran Umum Pasar Tradisional dan Pasar moderen Haurgeulis Indramayu, pada bab ini membahas mengenai gambaran umum pasar faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat muslim Haurgeulis Indramayu berbelanja di pasar tradisional dan pasar moderen. Faktor-faktor kecenderungan masyarakat untuk berbelanja di pasar tradisional yaitu, harga relatif murah, tempat terjangkau, adanya sistem tawar-menawar, dan dari pendapatan masyarakat. Adapun untuk berbelanja

²⁴ Sudarwan Damim, *Menjadi Peneliti Kualitatif* (Bandung: Pustaka Setia, 2002), 61.



terhadap pasar moderen yaitu, manajemen professional, pelayanan efektif, produk berkualitas, dan tempat stretegis. Adapun perilaku konsumen muslim, dengan hal tersebut peneliti mengamati dan observasi secaralangsung kelapangan.

Bab IV Dampak Kecenderungan Masyarakat Muslim Haurgeulis Berbelanja di Pasar Tradisional dan Pasar Moderen, pada bab ini membahas mengenai dampak kecenderungan masyarakat muslim Haurgeulis untuk berbelanja pada pasar tardaisional dan pasar moderen. Dampak dari keduanya yaitu, dampak keberadaan pasar moderen mengakibatkan penurunan omzet terhadap para pedagang di pasar tradisional, dan dampak bagi pasar moderennya sendiri kurangnya para pelanggan dengan faktor pendapatan masyarakat.

Bab V Kesimpulan penutup yang terdiri kesimpulan dan saran. Uraian jawaban atas pertanyaan yang diajukan dalam rumusan masalah. Setelah melalui analisis pada bab sebelumnya. saran berisi rekomendasi dari peneliti mengenai permasalahan yang diteliti sesuai hasil kesimpulan yang diperoleh.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengemukakan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Masyarakat muslim Haurgeulis lebih memilih untuk berbelanja di pasar tradisional dengan fakto, tempat terjangkau, harga relative murah, terdapat sistem tawar-menawar. Dan sebagaian masyarakat muslim Haurgeulis memilih untuk berbelanja di pasar moderen, karena faktor tertentu yaitu manajemen professional, tempat strategis, pelayanan efektif, produk berkualitas, dan tersedianya mesin pembayaran dalam melakukan transaksi debit ataupun kredit seperti ATM.
2. Dampak dari keduanya secara signifikan berdampak pada pendapatan dan persaingan antara pasar tradisional dan pasar moderen Haurgeulis yaitu, menurunnya omset atau pendapatan para pedagang di pasar tradisional dengan keberadaan pasar moderen, sistem tawar-menawar yang menunjukkan keakraban antara penjual dan pembeli merupakan keunggulan yang dimiliki oleh pasar tradisional, sehingga pasar moderen kehilangan para pelanggan.

B. Saran

1. Pengelola pasar tradisional Haurgeulis Indramayu hendaknya memperhatikan faktor lokasi yang ada, yaitu dengan meningkatkan kebersihan, kerapian dan keamanan lokasi, seperti melakukan renovasi bangunan dan penertiban terhadap pedagang kaki lima. Hal ini guna menunjang kenyamanan konsumen saat berbelanja.
2. Pengelola pasar moderen hendaknya memperhatikan struktur pembangunan sendiri tidak untuk berdampingan dengan pasar tradisional Haurgeulis Indramayu untuk melakukan keduanya persaingan secara sehat.

3. Dalam pengecekan barang hendaknya sering dilakukan, untuk mengetahui produk atau barang yang layak atau tidak layak untuk diperjualbelikan.
4. Para pedagang yang ada di pasar Haurgeulis Indramayu hendaknya meningkatkan kualitas sumber daya manusia, seperti meningkatkan pelayanan kepada konsumen, bersikap ramah, sopan dan sigap, serta mampu menginformasikan produk yang dibutuhkan konsumen. Hal ini akan memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen.
5. Pemerintah Daerah Haurgeulis Indramayu hendaknya memperbaiki sarana dan prasarana pasar tradisional Haurgeulis sehingga tidak kalah saing dengan pasar moderen.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.



DAFTAR PUSTAKA

- A.Karim, Adiwarmarman. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Rajawali Pres, 2011.
- Abdul Aziz, Djohar Arifin. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2013.
- Abdurahman, Dudung. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Kurnia Alam Semesta, 2003.
- Alwasilah, A. Chaedar. *Pokoknya Kualitatif*. Jakarta: Pustaka Jaya, 2008.
- Aramico, Sari Wahyu. *Dampak Pasar Ritel Modern Terhadap Pasar Dan Pedagang Ritel Tradisional pada Tahun 2011 Di Kota Tangerang Selatan*. UIN Jakarta, 2011.
- Aries Sisanto, Victorius. *Strategi dan Langkah-langkah Penelitian* (Pekalongan: Graha Ilmu, 2011).
- Arikunto, Suhersimi. *Prosedur Penelitian Ilmiah suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: PT Bina Aksara, 1985.
- Aziz, Abdul. *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Camelia Hanifah, *Hubungan Antara Kepuasan dan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Konsumen pada Ritel Modern*. Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2010.
- D. Purnomo, R. Serfianto, dkk. *Sukses Bisnis Ritel Modern*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2013.
- Damim, Sudarwan. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia, 2002.
- Daru Wahyuni, Subroto. *Pengetahuan Sosial Ekonomi*. Jakarta: Bumi Aksara, 2004.
- Euis Amalia, M. Nur Rianto Al Arif. *Teori Mikro Ekonomi*. Jakarta: Pernada Group, 2010.
- Marthon, Said Sa'ad. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Bestari Buana Murni, 2004.
- Metwally, *Teori dan Model Ekonomi Islam*. Jakarta : PT Bangkit Daya Insana, 1995.
- Nahdliyyul Izza, *Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pedagang Pasar Tradisional (Studi Pengaruh Ambarukmo Plaza Terhadap Perekonomian Caturtunggal Nologaten Depok Sleman Yogyakarta)*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2010.
- Nawawi, Ismail. *Perilaku Administrasi, Paradigma, Konsep, Teori dan Pengantar Praktek*. Surabaya: ITS Press, 2007.
- R. Serfianto, dkk, *Sukses Bisnis ritel Moderen*. Jakarta: PT Gramedia, 2010.
- R. Soedijono. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Universitas Gunadarma, 2008.
- Setiadi, Nugroho. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Shihab, M Quraish. *Tafsir Al-Misbah*. Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Simamora, Bilson. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Soeharno. *Teori Mikro Ekonomi*. Yogyakarta : Andi offset, 2009.



- Solihah, Euis. *Analisis Industri Ritel Di Indonesia*. Stikubank Semarang, 2008
- Sopiah, Etta Mamang Sangadji. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta, 2001.
- Sunyoto, Danang. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Centre of Academic Publishing Service, 2014.
- Sunyoto, Danang. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Center Of Academic Publishing Servis, 2013.
- Yuliadi, Imadudin. *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: LPPI, 2001.
- Zuriah, Nurul. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2007.

DOKUMENTASI DAN DATA WAWANCARA

- Laporan Monografi Keadaan tahun 2014, data dari Kantor Desa Haurgeulis Kecamatan Haurgeulis Kabupaten Indramayu.
- Laporan Monografi Keadaan tahun 2014, data dari Kantor Desa Haurgeulis Kecamatan Haurgeulis Kabupaten Indramayu.
- Wawancara dengan H. Slamet (Ketua Koperasi Pasar Kenanga) Desa Haurgeulis , tanggal 18 Februari 2014, pkl. 10.00 WIB.
- Wawancara dengan Rasmina (pembeli), 21 Februari 2015, pkl. 10.00 WIB.
- Wawancara dengan Darni (pembeli), 21 Februari, pkl. 10.30 WIB.
- Wawancara dengan Tarsinag, (Pembeli), 21 Februari, pkl. 09.30 WIB.
- Wawancara dengan Daswiyah (pembeli), 21 Februari 2015, pkl. 10.30 WIB.
- Wawancara dengan Karmi (pembeli), 21 Februari 2015, pkl. 10.30 WIB.
- Wawancara dengan Khasnah (pembeli), 21 Februari 2015, pkl. 10.30 WIB.
- Wawancara dengan Taryani (pembeli), 21 Februari 2015, pkl. 10.30 WIB.
- Wawancara dengan susianti (pembeli), tanggal 21 Februari 2015, pkl 13.00 WIB.
- Wawancara dengan Andiniati (pembeli), tanggal 21 Februari 2015, pkl 13.00 WIB.
- Wawancara dengan Khoirunisa (pembeli), tanggal 21 Februari 2015, pkl 13.00 WIB.
- Wawancara dengan Tarini (pembeli), tanggal 21 Februari 2015, pkl 13.00 WIB.
- Wawancara dengan pak Mulyono (staf karyawan Alfa Mart), 21 Februari 2015. Pkl, 10.30 WIB .
- Wawancara dengan H. Slamet (Ketua Koperasi Kenanga), 21 Februari 2015. Pkl, 10.30. WIB.
- Wawancara dengan Nunung (pedagang), tanggal 21 Februari 2015, pkl. 13.30 WIB.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Wawancara dengan H. Samet Sustani (pedagang pakaian), tanggal 10 Maret 2015, pk1. 09.00 WIB.

Wawancara dengan Waryo (pedagang sayuran), tanggal 10 Maret 2015, pk1. 09.30 WIB.

Wawancara dengan Mami (pedagang buah), tanggal 10 Maret 2015, pk1. 09.30 WIB.

Wawancara dengan Basir (pedagang kaki lima), tanggal 21 Februari 2015, pk1. 10.30 WIB.

Wawancara dengan Nurdin (Pedagang kaki lima), tanggal 21 Februari, pk1. 10.30 WIB.

Wawancara dengan Rosidin (Staf karyawan Toko Reziky), tanggal 21 Februari, pk1. 13.00 WIB.

Wawancara dengan Hasyim (satf karyawan toko Butik), 21 Februari 2015. Pk1.13.00 WIB.

WEBSITE

<http://mastarmudi.blogspot.com/2010/07/pengertian-observasi.html> (di unduh pada tanggal 09-september2014, Pk1:9:35 WIB)

http://digilib.petra.ac.id/viewer.php?submit.x=17&submit.y=13&submit=prev&page=17&qual=high&submitval=prev&fname=%2Fjiunkpe%2Fs1%2Feman%2F2006%2Fjiunkpe-ns-s1-2006-314021275952-pasar_tradisional-capter2.pdf (di akses pada tanggal, 23 Februari, pk1. 23:30 WIB)